

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS  
MEREK PADA PENGGUNA KOSMETIK WARDAH DI  
KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Mendapatkan**

**Gelar Sarjana Psikologi**

**Oleh**

**YOLANDA TRI UTAMI**

**1310321004**



**Dosen Pembimbing :**

**Fitria Rahmi, M.Psi., Psikolog**

**Siti Muharnis, M.Psi. Psikolog**

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI**

**FAKULTAS KEDOKTERAN**

**UNIVERSITAS ANDALAS**

**PADANG**

**2018**

## **INFLUENCES OF BRAND IMAGE ON BRAND LOYALTY ON WARDAH COSMETIC USERS IN PADANG**

***Yolanda Tri Utami<sup>1)</sup>, Fitria Rahmi<sup>2)</sup>, Siti Muharnis<sup>2)</sup>***

*1) Psychology's Student, Medical Faculty, University of Andalas*

*2) Psychology's Lecturer, Medical Faculty, University of Andalas*

### **ABSTRACT**

*Brand loyalty is an attitude of commitment to the consumer that is carried out in a repeat purchase of a particular brand consistently, without any influence from the situation and marketing efforts of other brands that can make consumers switch to other brands. There are many factors influence brand loyalty, such as the brand image. Brand image is the overall perception, belief, idea, and impression that a person has on a brand that is obtained based on information about the facts that then use the brand, so that the impression that emerges is relatively long-term that is formed in the minds of consumers.*

*The purpose of this study is to determine the effect of brand image on brand loyalty on Wardah cosmetic users in Padang City. This study uses quantitative research methods. For measuring of brand image using a scale from Keller (1993) consisting of 31 items with a reliability of 0.941. Whereas to measuring brand loyalty is using the scale of the Schiffman and Kanuk (2004) theory which consistsof 26 items with a reliability of 0.911.*

*The results of the analysis of research data using simple regression analysis showed a significance value of  $p < 0.05$  ( $p = 0,000$ ). The beta value of brand loyalty is 0.497 (positive value) with the contribution of brand image influence on brand loyalty by 34.4%. The results of the study prove that there is an influence of brand image on brand loyalty on Wardah cosmetic users in Padang City. This study also shows that brand image and brand loyalty in Wardah cosmetic users in Padang City are in the high category.*

***Keywords: Brand Image, Brand Loyalty, Wardah Cosmetics***

# **PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP LOYALITAS MEREK PADA PENGUNA KOSMETIK WARDAH DI KOTA PADANG**

**Yolanda Tri Utami<sup>1</sup>, Fitria Rahmi<sup>2</sup>, Siti Muharnis<sup>2</sup>**

**1)Mahasiswa Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran Universitas  
Andalas 2)Dosen Program Studi Psikologi, Fakultas Kedokteran Universitas  
Andalas**

## **ABSTRAK**

Loyalitas merek merupakan sikap komitmen pada diri konsumen yang dilakukan dalam pembelian ulang suatu merek tertentu secara konsisten, tanpa adanya pengaruh dari situasi dan usaha pemasaran dari merek lain yang dapat membuat konsumen beralih ke merek lain. Banyak faktor yang mempengaruhi loyalitas merek, salah satunya adalah citra merek. Citra merek merupakan keseluruhan persepsi, keyakinan, ide, dan kesan yang dimiliki seorang terhadap suatu merek yang diperoleh berdasarkan informasi tentang fakta-fakta yang kemudian menggunakan merek tersebut, sehingga kesan yang muncul ini relatif jangka panjang yang terbentuk dalam benak konsumen.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek pada pengguna kosmetik Wardah di Kota Padang. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Pengukuran citra merek menggunakan skala dari Keller (1993) yang terdiri dari 31 item dengan reliabilitas 0,941. Sedangkan untuk mengukur Loyalitas merek digunakan skala teori Schiffman dan Kanuk (2004) yang terdiri dari 26 item dengan reliabilitas 0,911.

Hasil analisa data penelitian menggunakan analisis regresi sederhana menunjukkan nilai signifikansi  $p < 0,05$  ( $p = 0,000$ ). Nilai beta loyalitas merk sebesar 0,497 (bernilai positif) dengan kontribusi pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek sebesar 34,4%. Hasil penelitian tersebut membuktikan bahwa terdapat pengaruh citra merek terhadap loyalitas merek pada pengguna kosmetik Wardah di Kota Padang. Penelitian ini juga menunjukkan bahwa citra merek dan loyalitas merek pada pengguna kosmetik Wardah di Kota Padang berada pada kategori tinggi.

**Kata kunci : Citra Merek, Loyalitas Merek, Kosmetik Wardah.**